

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB

Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA

Curso de Graduação em Administração – GADM

PLANO DE NEGÓCIOS: NEXUM CONSULTORIA

Emanuele Ribeiro Martins

João Pessoa - PB

Julho/2026

EMANUELE RIBEIRO MARTINS

PLANO DE NEGÓCIOS: NEXUM CONSULTORIA

Trabalho de conclusão de curso
apresentado como parte dos requisitos
necessários à obtenção do grau de
Bacharela em Administração, pelo
Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da
Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Professora Orientadora: Dr. Marcelo
Bispo.

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

Martip Martins, Emanuele Ribeiro.

Plano de negócios: Nexum Consultoria / Emanuele
Ribeiro Martins. - João Pessoa, 2026.
074 f.

Orientação: Marcelo Bispo.
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de negócios. 2. Consultoria. 3. Funerária.
I. Bispo, Marcelo. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 658(043)

Folha de aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

Aluno: Emanuele Ribeiro Martins

Trabalho: PLANO DE NEGÓCIOS: NEXUM CONSULTORIA

Área da pesquisa: Empreendedorismo

Data de aprovação:

Banca examinadora

Documento assinado digitalmente
 **MARCELO DE SOUZA BISPO**
Data: 07/08/2026 13:22:30-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Orientador

Membro 1 (obrigatório)

Documento assinado digitalmente
 **ROSIVALDO DE LIMA LUCENA**
Data: 07/08/2026 15:22:24-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Membro 2 (obrigatório)

Documento assinado digitalmente
 **NIVEA MARCELA MARQUES NASCIMENTO DE M/**
Data: 07/08/2026 17:09:10-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

AGRADECIMENTOS

À Deus, agradeço pelo amor, pela força, sabedoria e perseverança ao longo desta jornada acadêmica, permitindo os desafios fossem superados ao longo da graduação, à quem eu consagro este trabalho.

À minha família, pelo amor, incentivo e compreensão, a qual em especial cito Dona Cleide, que nunca mediu esforços para que eu alcançasse meus objetivos através dos estudos, sempre me incentivando a ser melhor e maior, e à Dona Shirley, mulher que foi mais do que madrinha, foi segunda mãe. Vocês são meu porto seguro e foram essenciais para que este sonho se tornasse realidade. Isso é por vocês!

Aos amigos, pela parceria e companheirismo ao longo dos anos, em especial cito Hozana Antonelli e Ruanna Lemos, que me foram amigas e parceiras nos momentos mais consternados da caminhada, elas me fizeram ser melhor do que pensei.

Ao meu orientador Prof. Dr. Marcelo Bispo, pela disponibilidade, orientação, paciência e valiosas contribuições ao desenvolvimento deste trabalho, compartilhando conhecimentos fundamentais para a construção deste plano de negócios.

Aos professores do curso de Administração, pelos ensinamentos transmitidos ao longo da graduação, que contribuíram significativamente para minha formação acadêmica, profissional e pessoal.

Aos colegas de curso e amigos, pelo companheirismo, pelas experiências compartilhadas e pelo incentivo durante essa caminhada, em especial à Karina Saldanha, que me ajudou ativamente na caminhada da graduação.

Às empresas em que atuei e a todos os profissionais que, direta ou indiretamente, contribuíram para o desenvolvimento deste trabalho, proporcionando experiências práticas que enriqueceram minha formação e serviram de inspiração para a elaboração da Nexum Consultoria.

Por fim, agradeço a todos aqueles que, de alguma forma, fizeram parte desta trajetória e contribuíram para a concretização deste importante objetivo.

A todos, o meu mais sincero muito obrigada.

*"A possibilidade de realizarmos um sonho é o
que torna a vida interessante."*

(Paulo Coelho)

RESUMO EXECUTIVO

O desenvolvimento de um plano de negócios constitui uma ferramenta essencial para avaliar a viabilidade da implantação de um novo empreendimento, permitindo compreender de forma estruturada o mercado de atuação, suas tendências e os aspectos estratégicos necessários para o sucesso do negócio. Nesse contexto, o presente plano de negócios tem como objetivo apresentar, de maneira sistemática, a proposta de criação da Nexum Consultoria, evidenciando seu posicionamento estratégico, sua estrutura organizacional e sua viabilidade mercadológica, operacional e financeira. Para isso, o trabalho foi desenvolvido em etapas, contemplando as principais áreas que compõem a estrutura de um empreendimento.

Inicialmente, é apresentada a descrição do empreendimento, contendo informações sobre a proposta da empresa, missão, visão, valores, dados da empreendedora, forma jurídica e regime tributário. A Nexum Consultoria configura-se como um empreendimento cuja implantação é proposta neste plano de negócios, com sede prevista para a cidade de João Pessoa, Paraíba, e atuação especializada em consultoria e diagnóstico organizacional voltados ao setor funerário.

A concepção do negócio surgiu a partir da identificação de uma oportunidade de mercado observada pela empreendedora durante seis anos de atuação no segmento funerário. A experiência profissional e o relacionamento estabelecido com clientes e empresas do setor possibilitaram compreender as principais dificuldades enfrentadas pelas organizações, especialmente no que se refere à gestão, comunicação e qualidade do atendimento, motivando a elaboração de uma proposta de consultoria especializada para atender essas demandas.

A missão proposta para a Nexum Consultoria será promover a melhoria contínua das organizações do setor funerário por meio de diagnósticos organizacionais e soluções voltadas à comunicação, aos processos e ao atendimento, pautadas na humanização, ética e eficiência. Sua visão será tornar-se referência em consultoria organizacional especializada no setor funerário, oferecendo soluções que contribuam para o fortalecimento da gestão empresarial. Como princípios norteadores, o empreendimento adotará os valores da humanidade, ética, eficiência, responsabilidade e compromisso.

A empresa terá sede prevista no bairro dos Bancários, em João Pessoa – PB, porém prestará serviços em todo o território nacional por meio de consultorias remotas, ampliando sua capacidade de atendimento e alcance de mercado. Seu público-alvo será

composto por empresas do setor funerário que buscam aprimorar seus processos internos e elevar a qualidade dos serviços prestados aos clientes.

Na sequência, o plano apresenta a pesquisa de mercado, fundamentada em dados secundários obtidos junto ao Observatório Sebrae, ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e a outras fontes oficiais, permitindo identificar o contexto do setor e validar a oportunidade de mercado para a implantação da empresa.

Posteriormente, é desenvolvido o plano de *marketing*, no qual são definidas as estratégias mercadológicas do empreendimento, contemplando a segmentação do mercado, o público-alvo, o posicionamento competitivo e as estratégias relacionadas ao composto de *marketing*, incluindo serviços, precificação, comunicação e canais de distribuição. Também são analisados os clientes, concorrentes, fornecedores e o ambiente competitivo em que a empresa pretende atuar.

O plano operacional descreve a estrutura de funcionamento da Nexum Consultoria, detalhando os processos de prestação dos serviços, a capacidade operacional e o fluxo das atividades desenvolvidas. Em seguida, o plano de gestão da informação apresenta as estratégias para coleta, processamento, armazenamento, classificação, compartilhamento e utilização dos dados organizacionais, assegurando maior eficiência na tomada de decisão.

Na área de gestão de pessoas, são definidos os cargos, funções, responsabilidades, política de remuneração e estrutura organizacional do empreendimento. Em sua fase inicial, a empresa contará com uma estrutura enxuta, composta pela empreendedora, responsável pela gestão das principais áreas da organização, e por um estagiário, que auxiliará nas atividades administrativas e operacionais.

Por fim, o plano financeiro reúne as projeções de receitas, investimentos, custos, despesas e indicadores de viabilidade econômica, permitindo avaliar a viabilidade da implantação da Nexum Consultoria. Com base na previsão de faturamento mensal de R\$ 19.900,00, estima-se que o empreendimento alcance um lucro líquido mensal de R\$ 4.153,00, correspondendo a uma lucratividade de 20,87% e a uma rentabilidade mensal de 9,43%. As projeções indicam ainda um ponto de equilíbrio de R\$ 11.738,99 de faturamento mensal, valor inferior à receita estimada, demonstrando que o negócio possui capacidade para cobrir seus custos e despesas operacionais e gerar resultados positivos. O prazo estimado para o retorno do investimento é de aproximadamente 10 meses e 18 dias, evidenciando que a proposta apresenta potencial de recuperação do

capital investido em um período inferior a um ano. Em conjunto, esses indicadores demonstram que a implantação da Nexum Consultoria é economicamente viável e apresenta perspectivas favoráveis de sustentabilidade, crescimento e consolidação no mercado de consultoria organizacional especializada para o setor funerário.

SUMÁRIO

1 DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	17
1.1 Definição do negócio.....	18
1.2 Questões para se definir a Missão da Empresa.....	18
1.3 Missão.....	18
1.4 Visão.....	18
1.4.1 Visão da Nexum	18
1.4.2 Valores da Nexum.....	19
1.5 Dados do empreendedor.....	19
1.6 Setor de atividade do empreendimento.....	20
1.7 Forma Jurídica.....	20
2 PESQUISA DE MERCADO.....	21
2.1 Visão de mercado.....	22
2.1.1 Visão Demográfica.....	23
2.1.2 Visão econômica.....	23
2.1.3 Público.....	24
2.1.4 Clientes.....	24
2.1.5 Concorrentes.....	25
2.1.6 Tendências.....	25
2.1.7 Forças de Porter.....	26
2.1.8 Análise de Pestel.....	28
3 PLANO DE MARKETING.....	30
3.1 Análise da concorrência.....	30
3.1.1 Grupo Falconi.....	31
3.1.2 Conquist.....	31
3.1.3 Perspectiva geral da concorrência.....	32
3.2 Análise do cliente.....	34
3.3 Análise da Matriz SWOT.....	35
3.3.1 Forças.....	35
3.3.2 Oportunidades.....	36
3.3.3 Fraquezas.....	36
3.3.4 Ameaças.....	36
3.4 Público alvo.....	37
3.5 Segmentação de mercado.....	38
3.6 Definição da marca.....	38
3.7 Estratégias do Mix de Marketing.....	40
3.7.1 Estratégias de serviços.....	40
3.7.2 Estratégias de distribuição.....	41

3.7.2.1 Canais de venda.....	41
3.7.2.2 Processamento de demandas.....	41
3.8 Estratégias de comunicação.....	42
3.9 Estratégias de preço.....	42
4 PLANO OPERACIONAL.....	44
4.1 Planejamento da capacidade da prestação de produto e serviço.....	44
4.2 Processos Operacionais.....	45
4.2.1 Vendas.....	45
4.2.2 Fidelização.....	46
5 PLANO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO.....	47
5.1 Estratégia geral de gestão da informação.....	47
5.2 Rotinas de processamento de dados.....	47
5.3 Rotinas de armazenamento de dados.....	48
6 PLANO DE GESTÃO DE PESSOAS.....	50
6.1 Estratégia geral de gestão de pessoas.....	50
6.2 Cargos/Funções.....	50
6.3 Salários e política de remuneração.....	52
6.4 Estratégias de recrutamento, seleção, orientação, treinamento.....	52
7 PLANO FINANCEIRO.....	54
7.1 Investimentos Fixos.....	54
7.2 Capital de Giro.....	54
7.2.1 Estoque Inicial.....	55
7.2.2 Caixa Mínimo.....	55
7.3 Investimento Total.....	58
7.4 Estimativa do Faturamento Mensal.....	59
7.5 Custo de Comercialização.....	59
7.6 Custo com Depreciação.....	60
7.7 DRE.....	60
8 INDICADORES DE VIABILIDADE.....	62
8.1 Ponto de Equilíbrio.....	62
8.2 Lucratividade.....	62
8.3 Rentabilidade.....	62
8.4 Prazo de retorno do investimento.....	63
9 CENÁRIOS/ANÁLISE DE RISCO.....	64
9.1 Cenário Otimista.....	64
9.2 Cenário Pessimista.....	64
10 CONCLUSÃO.....	66
REFERÊNCIAS	68
REFERÊNCIAS DE BLOGS E SITES.....	69
APÊNDICE A - ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL.....	70

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Fatores dos concorrentes.....	27
Tabela 2	Investimento fixo.....	47
Tabela 3	Custos fixos operacionais mensais.....	48
Tabela 4	Custos variáveis mensais.....	49
Tabela 5	Período médio de recebimento das vendas.....	50
Tabela 6	Necessidade líquida de capital de giro em dias.....	50
Tabela 7	Caixa mínimo.....	51
Tabela 8	Capital de giro.....	51
Tabela 9	Investimento total.....	51
Tabela 10	Estimativa de faturamento.....	52
Tabela 11	Custos de comercialização.....	52
Tabela 12	Custos de depreciação.....	53
Tabela 13	DRE.....	53
Tabela 14	Estimativa do cenário otimista.....	56
Tabela 15	Estimativa do cenário pessimista.....	56

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Definição do Negócio.....	16
Quadro 2	Missão.....	16
Quadro 3	Forças de Porter	24
Quadro 4	Análise Pestel.....	25

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Análise SWOT.....	31
Figura 2	Logomarca da empresa.....	35
Figura 3	Fluxograma de processo operacional.....	39
Figura 4	Processo de vendas.....	40
Figura 5	Processo de fidelização	41
Figura 6	Processo de processamento de dados	43
Figura 7	Organograma da gestão de pessoas.....	45

POLÍTICA DE INTEGRIDADE ACADÊMICA E CIENTÍFICA

Declaro, para os devidos fins, em conformidade com a Resolução nº 57/2025 da Universidade Federal da Paraíba, que durante a elaboração do presente trabalho, foi utilizada a inteligência artificial ChatGPT (GPT-5.5, OpenAI) como instrumento de apoio às etapas de busca por literatura, revisão linguística, correção ortográfica e aprimoramento da fluidez da escrita, sem substituir o raciocínio, a análise crítica e a autoria da pesquisadora.

1 DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Segundo Dornelas (2023), o plano de negócios é uma ferramenta fundamental para transformar uma ideia em um empreendimento viável, uma vez que permite ao empreendedor analisar o mercado, identificar oportunidades e riscos, definir estratégias e avaliar a viabilidade econômica, operacional e mercadológica do negócio antes de sua implantação. Nesse contexto, a Nexum Consultoria constitui um empreendimento cuja implantação é proposta neste plano de negócios, voltado à prestação de serviços de diagnóstico organizacional e consultoria especializada para empresas do setor funerário. A empresa terá sede prevista na cidade de João Pessoa (PB), com atuação em todo o território nacional por meio de atendimentos presenciais e remotos.

Os principais serviços oferecidos serão inicialmente: diagnóstico organizacional, consultoria especializadas, remodelagem de processos e treinamentos direcionados. Os serviços oferecidos serão prestados presencialmente e online, será realizado inicialmente um primeiro contato com o contratante, (podendo acontecer virtualmente) para coletar mais informações das necessidades da empresa, em seguida será enviados ou apresentados a proposta de serviço com valores personalizados. O fechamento do serviço se dará por meio de contratação e assinatura de contrato com uma porcentagem de 50% do valor total do contrato, o restante do valor será dividido pela quantidade de meses firmado no contrato, estipulado o pagamento por boleto bancário.

Os principais clientes da Nexum serão empresas que buscam otimizar seus processos e impulsionar a experiência dos seus clientes. O público-alvo são empresas do setor funerário, porém também será prestado consultoria em atendimento e comunicação a empresas em geral.

O montante de capital inicialmente a ser investido em média inicialmente é de R\$ 17.140,97, para compra dos móveis, objetos decorativos e ferramentas para desenvolver o trabalho.

Com isso, considerando alcançar o objetivo de 3 consultorias mensais, o faturamento mensal inicialmente será em média R\$19.900. A estimativa é que o capital investido inicialmente de R\$ 17.140,97 e seu capital de giro de R\$ 25.299,00, retorne em 8 meses após o início das atividades.

1.1 Definição do negócio

O propósito do negócio será na prestação de serviços de consultoria se diferenciando das outras empresas no quesito especialização em Processos e Gestão da Qualidade. Buscando sempre as novas tendências do mercado.

Quadro 1- Definição do Negócio

EMPRESA	NEGÓCIO
Comum	Estratégica
Consultoria especializada	Qualidade, Inovação.

Fonte: Elaboração própria (2026).

1.2 Questões para se definir a Missão da Empresa:

Quadro 2 - Missão

Setor em que a empresa atua?	Consultoria especializada
O que fazemos?	Oferecemos serviços de consultoria e diagnóstico
Para quem fazemos?	Empresas no setor funerário.
Como fazemos?	Aplicação do conhecimento técnico no setor.

Fonte: Elaboração própria (2026).

1.3 Missão

Missão da Empresa: “Promover a melhoria contínua das organizações do setor funerário por meio de consultoria organizacional, diagnósticos estratégicos e soluções voltadas à gestão, comunicação, processos e atendimento, pautadas na humanização, ética e eficiência.”

1.4 Visão

De acordo com Oliveira (2005), a visão representa um cenário ou um horizonte desejado pela empresa para a atuação. A visão da empresa reflete-se no caminho que se pretende seguir no futuro, ou seja, no que ela quer ser a médio e a longo prazo e em como pretende ser vista por todos. A visão é responsável por orientar a organização.

1.4.1 Visão

“Ser reconhecida como referência nacional em consultoria organizacional especializada para o setor funerário, contribuindo para o fortalecimento da gestão, da qualidade dos serviços e da excelência no atendimento das empresas atendidas.”

1.4.2 Valores da Nexum Consultoria

- Humanidade – Valorizamos as pessoas em primeiro lugar. Acreditamos que relações humanas sólidas são a base para resultados duradouros e significativos.
- Ética – Nossas decisões são pautadas por princípios morais e pelo compromisso de agir de forma justa e responsável em todas as nossas relações profissionais.
- Eficiência – Nosso objetivo é entregar soluções eficazes que gerem valor e resultados concretos para nossos clientes.
- Responsabilidade e Compromisso – Assumimos nossos compromissos com seriedade, dedicação e transparência, trabalhando para entregar soluções de qualidade, cumprir prazos e gerar resultados que atendam às expectativas de nossos clientes.

1.5 Dados do empreendedor

O empreendimento terá apenas um proprietário, Emanuele Ribeiro Martins, 29 anos, residente em João Pessoa, na Paraíba, estudante concluinte do curso de Administração da Universidade Federal da Paraíba. A ideia deste negócio surgiu da sua experiência no atendimento ao cliente desde 2015, especialmente no setor funerário desde 2020, quando foi possível perceber a necessidade do setor. Em 2026 percebeu a oportunidade de desenvolver seu próprio negócio.

Emanuele Martins tem vasta experiência no setor e já vem estudando o mercado a partir de suas experiências na prestação de serviços para empresas terceiras.

1.6 Setor de atividade do empreendimento

O setor ou ramo de atividade da Nexum é a prestação de serviços, responsável por diagnósticos e consultoria. Neste caso, os serviços serão realizados por meio de contratações passivas, de busca ativa e de posicionamento da marca nas plataformas digitais.

1.7 Forma Jurídica

A Nexum Consultoria será constituída como uma Microempresa (ME), optante pelo regime tributário do Simples Nacional. Conforme a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, enquadram-se como microempresas as pessoas jurídicas que auferem receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00, o que é compatível com a projeção de faturamento anual da Nexum, estimada em R\$ 238.800,00.

O nome empresarial será registrado em nome da sócia-proprietária Emanuele Ribeiro Martins, tendo como atividade principal o CNAE 70.20-4/00 – Atividades de consultoria em gestão empresarial, exceto consultoria técnica específica. O investimento inicial previsto para a implantação da empresa é de R\$ 30.256,97, valor integralmente proveniente de recursos próprios da empreendedora, destinado à aquisição de equipamentos, adequação da estrutura física, capital de giro e demais investimentos necessários ao início das atividades.

2 PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa de mercado desempenha papel fundamental no planejamento estratégico das organizações, uma vez que possibilita compreender o ambiente de atuação, identificar oportunidades, conhecer o comportamento dos consumidores e subsidiar a tomada de decisões. Nesse contexto, a pesquisa de mercado da Nexum Consultoria fundamenta-se em informações disponibilizadas pelo Observatório Sebrae, provenientes de levantamento realizado em 2025, complementadas por dados estatísticos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e por estudos científicos relacionados ao setor funerário.

Os dados analisados demonstram que o segmento apresenta um mercado promissor para a atuação da consultoria, especialmente em razão da reduzida quantidade de empresas especializadas na prestação de serviços de consultoria organizacional voltados exclusivamente ao setor funerário. Embora existam consultorias empresariais de caráter generalista, a atuação específica nesse nicho ainda é limitada, o que representa uma oportunidade para o posicionamento da Nexum Consultoria como empresa especializada. Ao mesmo tempo, o potencial de crescimento desse mercado e a crescente valorização da profissionalização da gestão podem favorecer o ingresso de novos concorrentes no futuro, tornando necessária a construção de diferenciais competitivos sustentáveis desde a implantação do empreendimento. Complementando essa análise, o estudo de Brun et al. (2022) evidencia que os fatores que mais influenciam a escolha de uma empresa funerária estão relacionados à qualidade do atendimento, à capacitação dos colaboradores, à clareza das informações, à agilidade na prestação dos serviços, à organização dos processos e à experiência proporcionada aos clientes, enquanto aspectos como preço e ações promocionais exercem menor influência na decisão de compra. Esses resultados demonstram que a competitividade do setor está cada vez mais associada à qualidade da gestão e da prestação dos serviços, reforçando a necessidade de investimentos em processos organizacionais, treinamento e melhoria contínua.

Dessa forma, identifica-se uma oportunidade estratégica para a implantação da Nexum Consultoria, cuja proposta consiste em oferecer consultoria organizacional especializada para empresas do setor funerário, auxiliando na estruturação de processos, no desenvolvimento das equipes e na implementação de práticas gerenciais capazes de elevar a qualidade dos serviços, fortalecer o posicionamento competitivo das

organizações e prepará-las para um mercado cada vez mais exigente e competitivo (BRUN et al., 2022).

2.1 Visão de mercado

O setor funerário brasileiro caracteriza-se por apresentar demanda contínua, decorrente de fatores demográficos e sociais, o que o torna menos suscetível às oscilações econômicas em comparação com outros segmentos de serviços. Apesar dessa estabilidade, o mercado vem passando por um processo de transformação, impulsionado pela profissionalização da gestão, pela digitalização dos serviços e pela crescente valorização da experiência do cliente.

De acordo com o Observatório Sebrae, o Brasil possui aproximadamente 16 mil empresas ativas no segmento de atividades funerárias, das quais mais de 95% são classificadas como Microempresas (ME), Empresas de Pequeno Porte (EPP) ou Microempreendedores Individuais (MEI). O setor emprega cerca de 57 mil trabalhadores formais, o que demonstra relevância econômica e potencial de expansão dos serviços especializados de consultoria.

Essa estrutura empresarial evidencia um mercado predominantemente composto por organizações familiares, que frequentemente enfrentam desafios relacionados à gestão, à comunicação interna, à padronização de processos e à qualificação das equipes, fatores que reforçam a oportunidade de atuação da Nexum Consultoria.

2.1.1 Visão Demográfica

As perspectivas do setor funerário são diretamente influenciadas pelas mudanças na estrutura etária da população brasileira. Segundo o IBGE (2024), o país passa por um processo acelerado de envelhecimento populacional, resultado da redução das taxas de fecundidade e do aumento da expectativa de vida. As projeções indicam crescimento contínuo da população com 60 anos ou mais nas próximas décadas, o que naturalmente ampliará a demanda por serviços funerários e de assistência familiar.

Em âmbito regional, João Pessoa acompanha essa tendência demográfica, com crescimento da população idosa e expansão do setor de serviços. Esse contexto reforça a necessidade de profissionalização das empresas funerárias, que passam a lidar com um público cada vez mais exigente quanto à qualidade do atendimento e à humanização dos serviços.

2.1.2 Visão econômica

Embora o consumo de diversos serviços seja afetado pelas crises econômicas, o setor funerário mantém demanda relativamente constante. Os desafios econômicos concentram-se menos na geração de demanda e mais na competitividade entre as empresas.

Nesse sentido, observa-se aumento da necessidade de:

- redução de desperdícios;
- melhoria da produtividade;
- fidelização de clientes através dos planos funerários;
- aumento da qualidade percebida;
- diferenciação por meio da excelência no atendimento.

Esses fatores tornam a consultoria organizacional um investimento estratégico para empresas que desejam aumentar sua eficiência operacional sem depender exclusivamente da expansão do mercado.

2.1.3 Público

Os clientes da Nexum Consultoria são, em sua maioria, empresas de pequeno e médio porte, com predominância de organizações familiares do setor funerário. Essas empresas costumam apresentar estruturas administrativas pouco formalizadas, processos internos ainda não padronizados e limitações no uso de indicadores de desempenho para acompanhar a qualidade dos serviços prestados. Além disso, é comum que enfrentem desafios relacionados à comunicação interna, ao alinhamento entre as equipes e à capacitação contínua dos colaboradores, especialmente no que se refere ao atendimento humanizado e à gestão da experiência do cliente.

Diante desse cenário, essas organizações buscam soluções que contribuam para o fortalecimento de sua gestão e para o aumento de sua competitividade no mercado. Assim, a Nexum posiciona-se como parceira estratégica ao oferecer diagnósticos, consultorias e treinamentos voltados à melhoria dos processos organizacionais, à padronização das rotinas de trabalho, ao desenvolvimento das equipes e ao aprimoramento da qualidade do atendimento. Como resultado, as empresas atendidas tendem a fortalecer sua imagem institucional, elevar a satisfação dos clientes e promover um crescimento sustentável por meio da excelência na prestação de serviços.

2.1.4 Clientes

Empresas do setor funerário buscam construir uma relação sólida de ética e confiança com seus stakeholders, visto que o seu produto está diretamente ligado ao emocional humano. Essas organizações estão em busca de ferramentas inovadoras que possibilitem essa conexão. A Nexum Consultoria atuará prioritariamente no segmento B2B (Business to Business), auxiliando empresas a fortalecerem seus vínculos através da otimização dos processos e foco na melhoria contínua.

Seu público será composto por:

- empresas funerárias de pequeno e médio porte;
- administradoras de planos funerários;
- cemitérios privados;
- crematórios;

- organizações que atuem com assistência familiar;
- empresas de serviços que possuam elevado nível de contato com clientes em situações sensíveis.

O foco inicial concentra-se nas funerárias localizadas na Paraíba e estados vizinhos, com possibilidade de expansão para atendimento remoto em todo o território nacional.

2.1.5 Concorrentes

A concorrência da Nexum pode ser dividida em dois grupos:

A concorrência indireta, que é formada por consultorias empresariais generalistas que oferecem serviços em gestão, recursos humanos, marketing ou qualidade, mas que não possuem especialização no setor funerário. Já a concorrência direta é reduzida, uma vez que há poucas empresas brasileiras dedicadas exclusivamente à consultoria organizacional para funerárias.

Esse cenário representa uma oportunidade estratégica para a Nexum, cujo diferencial competitivo está na especialização do segmento, no atendimento humanizado e no conhecimento das particularidades operacionais do mercado funerário, cuja proposta é oferecer soluções especializadas em:

- comunicação organizacional;
- atendimento humanizado;
- diagnóstico organizacional;
- treinamento de equipes;
- melhoria da experiência do cliente;
- padronização de processos.

A especialização setorial reduz a concorrência direta e fortalece o posicionamento da empresa como referência em consultoria no mercado funerário.

2.1.6 Tendências

O mercado funerário vem passando por importantes transformações nos últimos

anos. Entre as principais tendências destacam-se:

- profissionalização da gestão das empresas familiares;
- maior investimento em atendimento humanizado;
- padronização dos processos operacionais;
- digitalização dos canais de atendimento;
- fortalecimento dos planos de assistência funeral;
- utilização de indicadores de qualidade e satisfação dos clientes;
- capacitação contínua das equipes de atendimento.

Essas tendências decorrem da mudança no comportamento do consumidor, que passou a valorizar não apenas o serviço prestado, mas também toda a experiência vivenciada em um momento de elevada vulnerabilidade emocional.

Nesse contexto, empresas que investem em treinamento, comunicação organizacional e gestão da experiência do cliente tendem a apresentar maior competitividade.

2.1.7 Forças de Porter

A análise das Cinco Forças de Porter foi elaborada com base na metodologia proposta por Porter (1986), utilizando informações obtidas durante a pesquisa de mercado desenvolvida neste plano de negócios. Para a construção da análise, foram considerados dados secundários provenientes do Observatório Sebrae (2025), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), do estudo de Brun et al. (2022) acerca do comportamento do consumidor no setor funerário, além da literatura especializada sobre estratégia competitiva. Complementarmente, a experiência profissional da empreendedora, adquirida ao longo de seis anos de atuação no segmento funerário, contribuiu para a interpretação das características do mercado e da dinâmica competitiva do setor. Dessa forma, a classificação atribuída a cada força competitiva resulta da integração entre referencial teórico, dados de mercado e análise contextual do ambiente em que a Nexum Consultoria pretende atuar.

No caso da Nexum Consultoria, observa-se que a rivalidade entre os concorrentes é considerada baixa, uma vez que, embora existam diversas consultorias empresariais no mercado, poucas atuam de forma especializada no setor funerário. Essa

característica favorece o posicionamento da empresa em um nicho ainda pouco explorado, possibilitando a construção de diferenciais competitivos por meio da especialização e do conhecimento específico do segmento.

Por outro lado, a ameaça de novos entrantes foi classificada como moderada. Apesar do investimento inicial relativamente baixo para abertura de uma empresa de consultoria, a atuação no segmento funerário exige conhecimento técnico, experiência no setor, credibilidade e relacionamento com os clientes. Além disso, o potencial de crescimento desse mercado poderá atrair novos concorrentes ao longo do tempo, tornando essencial que a Nexum desenvolva vantagens competitivas sustentáveis desde sua implantação. O poder de negociação dos clientes foi considerado alto, tendo em vista que as empresas podem optar por desenvolver internamente ações de melhoria organizacional ou contratar consultorias concorrentes. Dessa forma, será fundamental que a Nexum demonstre valor agregado por meio de soluções personalizadas, atendimento especializado e resultados mensuráveis. Em relação ao poder de negociação dos fornecedores, este foi classificado como baixo, pois os principais recursos utilizados na prestação dos serviços são o conhecimento técnico da equipe, softwares de gestão e equipamentos de informática, recursos amplamente disponíveis no mercado e que não geram elevada dependência de fornecedores específicos. Por fim, a ameaça de produtos ou serviços substitutos foi considerada moderada. Embora cursos on-line, treinamentos internos, plataformas digitais e consultorias generalistas possam suprir parcialmente algumas necessidades das empresas, essas alternativas dificilmente oferecem um diagnóstico organizacional personalizado e uma consultoria especializada voltada às particularidades do setor funerário, o que representa um importante diferencial competitivo para a Nexum Consultoria.

Dessa forma, a análise evidencia que o mercado apresenta condições favoráveis para a implantação da Nexum Consultoria, especialmente em razão da baixa concorrência direta e da crescente necessidade de profissionalização da gestão no setor funerário. Entretanto, a possibilidade de entrada de novos concorrentes e o elevado poder de negociação dos clientes reforçam a importância da inovação contínua, da especialização e da oferta de serviços de alto valor agregado como estratégias para garantir vantagem competitiva e sustentabilidade do empreendimento.

Força	Análise
Rivalidade	Baixo. Existem muitas consultorias, porém poucas especializadas no setor funerário.
Novos entrantes	Alta. O investimento inicial para abrir uma consultoria é relativamente baixo.
Poder dos clientes	Alto. As empresas podem optar por desenvolver treinamentos internamente ou contratar consultorias concorrentes.
Poder dos fornecedores	Baixo. Os principais recursos são o conhecimento técnico, os softwares e o capital humano.
Produtos substitutos	Moderado. Cursos online, treinamentos internos e plataformas digitais podem substituir parcialmente a consultoria.

Quadro 3 - Forças de Porter

2.1.8 Análise PESTEL

A análise PESTEL é uma ferramenta de diagnóstico estratégico utilizada para avaliar os fatores externos que podem influenciar o desempenho das organizações. Essa metodologia contempla seis dimensões: fatores políticos, econômicos, sociais, tecnológicos, ecológicos (ambientais) e legais, permitindo compreender o ambiente macroeconômico no qual a empresa está inserida e identificar oportunidades e ameaças que podem impactar seu desempenho estratégico (JOHNSON et al., 2018). No presente plano de negócios, a análise PESTEL foi desenvolvida com base nessa metodologia e fundamentada em informações obtidas junto ao Observatório Sebrae (2025), ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), à legislação brasileira aplicável ao setor e à literatura científica relacionada ao mercado funerário. Além disso, foram consideradas tendências políticas, econômicas, sociais, tecnológicas, ambientais e legais que influenciam direta ou indiretamente a prestação de serviços de consultoria organizacional especializada para empresas do setor funerário. Dessa forma, a análise busca refletir o contexto atual do ambiente externo, fornecendo subsídios para a identificação de oportunidades e ameaças relevantes à implantação e

ao desenvolvimento da Nexum Consultoria.

Fator	Impacto
Político	Regulamentações sanitárias e legislação municipal do setor funerário.
Econômico	Inflação e aumento dos custos das funerárias impulsionam a busca por eficiência.
Social	Envelhecimento da população e valorização do atendimento humanizado.
Tecnológico	Digitalização do atendimento e automação de processos.
Ambiental	Crescente preocupação com práticas sustentáveis e com a cremação.
Legal	Normas da vigilância sanitária, da LGPD e da legislação trabalhista.

Quadro 4 - Análise Pestel

3 PLANO DE MARKETING

Na elaboração do plano de *marketing*, é fundamental realizar a análise dos fatores que impactarão diretamente o posicionamento que a empresa adotará. Todavia, é fundamental o estudo do mercado no qual a empresa Nexum Consultoria será inserida, analisando a concorrência direta e indireta, além da observância assertiva do público-alvo e da cadeia de fornecedores em potencial.

3.1 Análise da concorrência

A análise do mercado de consultoria organizacional na cidade de João Pessoa evidencia a presença de 20 empresas atuantes no segmento, com foco predominante em áreas como gestão de recursos humanos, gestão financeira e contábil. Dentre essas, apenas duas apresentam atuação voltada à análise de processos organizacionais, não havendo, entretanto, empresas especializadas em comunicação organizacional e em atendimento ao cliente, com enfoque no setor funerário. Esse cenário revela uma lacuna significativa no mercado local, caracterizada pela ausência de concorrentes diretos com posicionamento específico voltado à melhoria da experiência do cliente e à humanização do atendimento. Tal condição representa uma oportunidade estratégica para o empreendimento, que se propõe a atuar em um nicho pouco explorado, oferecendo serviços altamente especializados e voltados a demandas específicas.

Além dos concorrentes locais, destaca-se a presença crescente de plataformas de consultoria digital e de serviços online, que ampliam o acesso a soluções organizacionais em escala nacional. Essas plataformas, em geral, oferecem serviços padronizados, com menor nível de personalização e de interação direta, o que pode limitar a profundidade das análises e a adequação das soluções às especificidades de cada organização. Nesse contexto, o diferencial competitivo do negócio reside na combinação de especialização, personalização e abordagem humanizada, aspectos que tendem a ser menos explorados por soluções digitais massificadas, como *softwares* de gestão, inteligências artificiais, cursos generalistas vendidos em larga escala, e plataformas de treinamento.

Dessa forma, conclui-se que, embora existam concorrentes locais, a competitividade direta para a Nexum será das plataformas digitais que prestam as consultorias padrão na área de qualidade e comunicação organizacional para as

empresas. Assim, foram analisados os seguintes concorrentes:

3.1.1 Grupo Falconi

A empresa analisada posiciona-se como uma das principais consultorias de gestão empresarial do país, destacando sua atuação junto a organizações de grande porte e líderes em seus respectivos segmentos. Seu posicionamento competitivo fundamenta-se na oferta de soluções integradas de gestão, aliando tecnologia, inteligência de dados e conhecimento especializado para promover melhorias no desempenho organizacional. Além disso, enfatiza a construção de relacionamentos de longo prazo com seus clientes, sustentados por resultados mensuráveis e pela implementação de metodologias próprias de consultoria.

Em relação à Nexum Consultoria, observa-se que, embora a concorrente possua forte atuação nacional e amplo reconhecimento de mercado, sua estratégia está direcionada a empresas de diferentes setores e de maior porte, oferecendo soluções generalistas em gestão empresarial. A Nexum, por sua vez, diferencia-se ao concentrar sua atuação em um nicho específico — o setor funerário —, oferecendo consultorias especializadas em comunicação organizacional, atendimento humanizado e melhoria da experiência do cliente. Essa especialização permite compreender as particularidades operacionais e emocionais desse segmento, proporcionando soluções personalizadas que dificilmente se encontram em consultorias de atuação mais ampla.

3.1.2 Conquist

A Conquist posiciona-se como uma consultoria especializada em experiência do cliente (*Customer Experience*), sucesso do cliente (*Customer Success*), experiência do colaborador (*Employee Experience*) e cultura organizacional. Com mais de duas décadas de atuação, a empresa destaca sua experiência no mercado e seu reconhecimento internacional, oferecendo soluções voltadas à transformação estratégica das organizações por meio de metodologias próprias. Sua atuação está estruturada em duas frentes: uma voltada ao atendimento a empresas, com soluções corporativas, e outra direcionada ao desenvolvimento de carreiras e à capacitação profissional.

Ao compará-la à Nexum Consultoria, observa-se que ambas compartilham o propósito de promover melhorias na gestão organizacional e na experiência do cliente. No entanto, a Conquist possui uma atuação ampla e multissetorial, atendendo organizações de diferentes segmentos econômicos. A Nexum diferencia-se por sua especialização no mercado funerário, desenvolvendo soluções direcionadas às necessidades específicas desse setor, com foco na comunicação organizacional, na humanização do atendimento e na padronização de processos. Essa estratégia de nicho permite oferecer intervenções mais personalizadas e alinhadas às particularidades operacionais e emocionais enfrentadas pelas empresas funerárias, constituindo um importante diferencial competitivo em relação às consultorias generalistas.

3.1.3 Perspectiva geral da concorrência

O mercado de consultoria organizacional no Brasil é caracterizado pela presença de empresas consolidadas, com atuação nacional e portfólios abrangentes de serviços voltados à gestão empresarial, estratégia, inovação, cultura organizacional, recursos humanos, experiência do cliente e transformação digital. Essas consultorias atendem organizações de diversos portes e segmentos, oferecendo metodologias estruturadas, tecnologias de gestão e equipes multidisciplinares para apoiar o desenvolvimento e a competitividade de seus clientes.

No entanto, observa-se uma lacuna na oferta de consultorias especializadas para o setor funerário. Embora existam empresas com expertise em comunicação organizacional, gestão de pessoas e experiência do cliente, poucas direcionam seus serviços às particularidades desse mercado, que exige um elevado nível de sensibilidade, atendimento humanizado e conhecimento das especificidades operacionais e legais da atividade. Nesse contexto, a Nexum Consultoria diferencia-se ao adotar uma estratégia de especialização setorial, oferecendo diagnósticos, treinamentos e soluções personalizadas para empresas funerárias. Esse posicionamento permite atender às demandas específicas do segmento com maior profundidade técnica e proximidade com a realidade dos clientes, constituindo um diferencial competitivo frente às consultorias de atuação generalista.

Tabela 1 - Fatores dos Concorrentes

Fatores	Falconi	Conquist
Preço	Serviços de alto valor agregado, geralmente voltados a empresas de médio e grande porte.	Faixa intermediária a elevada, compatível com o mercado.
Especialização	Consultoria especializada em diversas áreas da gestão.	Consultoria focada em Customer Experience, Employee Experience e Cultura Organizacional para diversos setores.
Confiabilidade	Mais de 40 anos de atuação e uma carteira composta por grandes empresas nacionais.	Mais de 20 anos de experiência e de reconhecimento nacional no setor.
Diferencial competitivo	Metodologias consolidadas, inteligência de dados e atuação em organizações de grande porte.	Expertise em Customer Experience e Cultura Organizacional, com metodologias reconhecidas pelo mercado.
Localização e abrangência	Atuação nacional e internacional, com escritórios em diferentes regiões do país.	Atuação nacional, com atendimento presencial e remoto a organizações em todo o território brasileiro.
Presença digital	Presença digital consolidada, com forte produção de conteúdo, estudos, eventos e materiais técnicos.	Presença digital ativa, com conteúdos sobre experiência do cliente, treinamentos, certificações e desenvolvimento profissional.

Fonte: Elaboração própria (2026).

3.2 Análise do cliente

Os clientes da Nexum Consultoria são compostos, prioritariamente, por empresas funerárias de pequeno e médio porte localizadas no estado da Paraíba. De acordo com levantamento realizado pelo diretório empresarial Citiservi, há aproximadamente 55 empresas funerárias cadastradas no estado da Paraíba, o que evidencia um mercado regional com potencial para a oferta de serviços especializados de consultoria organizacional. Embora esse quantitativo seja inferior ao observado em estados mais populosos, trata-se de um segmento estratégico, caracterizado por organizações que demandam aperfeiçoamento contínuo de seus processos internos, da qualidade do atendimento e da gestão organizacional.

Além do contexto estadual, o perfil do setor funerário brasileiro reforça o posicionamento da Nexum. Segundo o Observatório Sebrae, com base em dados da Receita Federal, aproximadamente 95% das empresas do segmento são classificadas como Microempresas (ME), Empresas de Pequeno Porte (EPP) ou Microempreendedores Individuais (MEI). Esse cenário demonstra que a maioria das organizações possui estruturas administrativas enxutas, características de empresas familiares, e enfrenta desafios relacionados à profissionalização da gestão, à comunicação organizacional, à padronização dos processos e à capacitação das equipes. Dessa forma, a Nexum posiciona-se como parceira estratégica dessas empresas ao oferecer diagnósticos organizacionais, treinamentos e consultorias especializadas, contribuindo para o fortalecimento da competitividade, da eficiência operacional e da experiência do cliente.

3.3 Análise da Matriz SWOT

Na Figura 1, apresentamos os resultados da análise SWOT realizada para a empresa Nexum Consultoria.



Figura 1 - Análise SWOT Fonte: Elaboração própria (2026).

3.3.1 Forças

- Especialização em comunicação organizacional e atendimento ao cliente
- Foco em atendimento humanizado, especialmente no setor funerário
- Baixa concorrência direta no nicho específico
- Estrutura enxuta e baixo custo operacional
- Atuação híbrida (presencial e online)
- Personalização dos serviços (diagnóstico sob medida)
- Alto valor agregado dos serviços prestados

3.3.2 Oportunidades

- Lacuna no mercado local para consultoria especializada em atendimento
- Crescente valorização da experiência do cliente
- Demanda por humanização no setor funerário
- Expansão das consultorias digitais e atuação online
- Possibilidade de atuação em nível nacional
- Empresas buscando diferenciação competitiva
- Parcerias estratégicas com empresas do setor

3.3.3 Fraquezas

- Marca ainda não consolidada no mercado
- Dependência inicial do empreendedor
- Necessidade de construção de autoridade e reputação
- Ausência de portfólio e cases consolidados

3.3.4 Ameaças

- Concorrência indireta de consultorias generalistas
- Plataformas digitais com menor custo
- Resistência de empresas em investir em consultoria
- Instabilidade econômica
- Dificuldade de mensuração imediata de resultados
- Entrada futura de novos concorrentes no nicho

3.4 Público alvo

O público-alvo da Nexum Consultoria é composto, prioritariamente, por empresas de pequeno e médio porte que atuam no setor funerário, incluindo funerárias, administradoras de planos de assistência funeral, cemitérios privados e demais organizações ligadas à prestação de serviços funerários. Inicialmente, a empresa concentrará sua atuação no estado da Paraíba, onde há aproximadamente 55 funerárias cadastradas, com perspectiva de expansão para outros estados do Nordeste por meio da oferta de consultorias presenciais e remotas. A escolha desse segmento fundamenta-se na identificação de demandas relacionadas à profissionalização da gestão, ao aprimoramento da comunicação organizacional, à padronização de processos e ao desenvolvimento de práticas de atendimento humanizado.

A definição desse público considera o princípio da segmentação de mercado, que consiste em identificar grupos de clientes com necessidades e características semelhantes, permitindo que a organização desenvolva estratégias mais eficazes para atender às suas demandas. Conforme Kotler e Keller (2012), a segmentação e a definição do público-alvo permitem que as empresas concentrem seus esforços nos consumidores com maior potencial de gerar valor, promovendo maior competitividade e melhor posicionamento no mercado. Dessa forma, a Nexum direciona seus serviços para organizações que buscam fortalecer sua eficiência operacional, elevar a qualidade do atendimento e consolidar uma cultura organizacional voltada à excelência na experiência do cliente.

3.5 Segmentação de mercado

A segmentação de mercado da Nexum Consultoria fundamenta-se na divisão do mercado empresarial em grupos de organizações com características e necessidades semelhantes, o que permite o desenvolvimento de soluções especializadas e direcionadas. Nesse contexto, a empresa adota uma segmentação B2B (*Business to Business*), concentrando sua atuação em empresas de pequeno e médio porte do setor funerário, com foco inicial no estado da Paraíba.

A escolha desse segmento decorre da identificação de demandas específicas relacionadas à melhoria da comunicação organizacional, à padronização de processos, à qualificação das equipes e ao fortalecimento do atendimento humanizado. Além da segmentação por setor de atuação, a Nexum também considera critérios geográficos, priorizando o mercado paraibano em sua fase inicial, e comportamentais, direcionando seus serviços para empresas que demonstram interesse em profissionalizar sua gestão e aumentar sua competitividade. Conforme Kotler e Keller (2012), a segmentação de mercado permite que as organizações concentrem seus recursos em grupos específicos de clientes, desenvolvendo propostas de valor mais adequadas às necessidades de cada segmento e ampliando sua capacidade de diferenciação no mercado.

3.6 Definição da marca

A Nexum Consultoria é uma empresa especializada em consultoria organizacional para o setor funerário, criada com o propósito de promover a profissionalização da gestão, o fortalecimento da comunicação organizacional e a excelência no atendimento ao cliente. Sua identidade está fundamentada na missão de oferecer soluções estratégicas que contribuam para a melhoria dos processos internos e para a humanização dos serviços, com a visão de se tornar referência nacional em consultoria especializada para o segmento funerário.

A marca é orientada pelos valores de Humanidade, Ética, Eficiência, Responsabilidade e Compromisso, que norteiam suas relações com clientes e parceiros e reforçam seu posicionamento como uma consultoria que alia conhecimento técnico, inovação e sensibilidade às particularidades do mercado. Segundo Aaker (1998), uma marca forte é construída por meio de uma identidade consistente e de uma proposta de valor capaz de estabelecer vínculos duradouros com seus públicos.

Figura 2 - Logo oficial com variação de cores



Fonte: Elaboração própria (2026).

3.7 Estratégias do *Mix de Marketing*

Após o contexto pandêmico vivenciado por toda a humanidade, setores, empreendimentos foram também afetados de formas positivas. O aceleração na forma de comunicação, posicionamento, atendimento das empresas de serviços teve que se atualizar ao que o cliente necessitava e estava disposto a investir.

A principal responsável por essa aceleração citada foi a digitalização dos serviços. A mesma apareceu de forma mais intensa e necessária; as necessidades dos clientes mudaram, mas os quatro Ps do *Marketing* continuam sendo um dos principais marcos para o planejamento estratégico de negócios. As estratégias do *mix* de marketing têm como objetivo analisar as linhas de serviços a serem oferecidas pela empresa, sua política de definição de preços, as estratégias de distribuição implementadas, a forma de propaganda e promoção de vendas, as relações públicas da empresa, seu *marketing* direto e a qualificação de sua força de vendas. Abaixo estão mais detalhes sobre cada uma dessas estratégias.

3.7.1 Estratégias de serviços

Os serviços são o alicerce da existência das empresas. É um serviço que atende às necessidades do consumidor e traz benefícios para sua vida. Os serviços oferecidos foram determinados a partir da percepção da grande lacuna da falta de consultoria especializada no setor funerário, considerando a fatia de mercado que esse setor ocupa.

Os serviços da Nexum Consultoria serão sempre analisados e buscados técnicas e com embasamento na inovação e diferenciação no mercado, visando sempre estar atrelado com o que está descrito na missão empresarial, verificando também se aquele serviço gera retorno para a organização ou não.

O objetivo das estratégias de serviços no negócio proposto neste plano, além de comercializar serviços de qualidade, é formar uma rede de clientes com satisfação acima do esperado, para que, com isso, busquem a empresa quando tiverem intenção de otimizar suas ações. Serão ofertados serviços como: diagnósticos organizacionais, consultoria especializada e treinamentos.

3.7.2 Estratégias de distribuição

Estratégias de distribuição se referem ao P de Praça que se refere a canais de distribuição e pontos de venda, sejam reais ou virtuais. Com este P, determina-se como o produto chegará ao consumidor.

3.7.2.1 Canais de venda

A estratégia deverá ser a de atendimento híbrido, remoto, semipresencial, possibilitando, assim, a flexibilidade de atender não só na cidade-sede, mas também nas demais cidades e estados. Serão adotados vários canais de venda e de comunicação, integrados entre si e operando simultaneamente. Haverá perfis de *Instagram* e *LinkedIn* da empresa, para conhecimento do público sobre a marca e a comercialização dos serviços. Canais de atendimento, como *WhatsApp* e *Instagram*, também apoiarão a comercialização do serviço, todos interligados, ajudando o cliente a ter uma experiência de proximidade com a Nexum e sendo um diferencial para que o negócio proposto se destaque em relação aos demais concorrentes.

3.7.2.2 Processamento de demandas

Por se tratar de uma empresa em fase de implantação, a Nexum Consultoria não dispõe de histórico de contratações que permita analisar a demanda por seus serviços. Dessa forma, a estimativa da demanda será fundamentada em pesquisas de mercado, na prospecção de potenciais clientes e na análise do setor funerário paraibano, composto por aproximadamente 55 empresas. Esse levantamento permitirá identificar quais serviços apresentam maior potencial de contratação, como diagnósticos organizacionais, treinamentos corporativos, consultorias em comunicação organizacional e programas voltados ao atendimento humanizado.

Além da identificação dos serviços de maior interesse, serão realizadas pesquisas junto aos potenciais clientes para compreender sua disposição a contratar os serviços em diferentes faixas de preço. Essa análise permitirá avaliar a sensibilidade da demanda ao preço (elasticidade-preço da demanda), identificando a faixa de valores considerada mais adequada pelo mercado. Também serão considerados fatores como a percepção dos clientes sobre a relação entre preço e qualidade, os preços praticados por consultorias concorrentes e o valor agregado proporcionado pelos serviços especializados da Nexum.

Essas informações subsidiarão a definição de uma política de preços competitiva, alinhada às necessidades do mercado e aos objetivos estratégicos da empresa.

3.8 Estratégias de comunicação

Na propaganda da empresa Nexum Consultoria, será realizada uma análise qualificada de seus serviços, para que não haja dúvidas entre seus clientes quanto ao que é oferecido. Serão transmitidas informações sobre seus serviços, sua estrutura, benefícios em relação aos demais existentes no mercado, qualidade e integridade ao contratar seus serviços. Agir desta forma garante uma segurança importante, transmitindo ao cliente conhecimento e credibilidade sobre o serviço a ser contratado.

Os canais de marketing da organização também serão ferramentas de diferenciação da concorrência, nesse sentido, a empresa irá agregar bastante a sua marca, criando relacionamento com os clientes e assim conseguir vender seus serviços.

Com isso, apresentamos aqui os principais canais de *marketing* da Nexum Consultoria:

- Venda direta: A empresa atuará vendendo seus serviços diretamente ao consumidor final sem nenhuma intermediação, nesse caso, os serviços fechados diretamente entre os clientes e o gestor da organização. Todas as decisões sobre o serviço são tomadas diretamente nesse processo.
- Venda por intermediário: Neste caso, as vendas serão realizadas por meio de intermediação, também conhecidas como vendas indiretas. No caso da Nexum, o único canal intermediário seria o *e-commerce* (composto por vendas via *WhatsApp* e Instagram). Esse formato não é totalmente intermediário, pois o gestor terá atuação primordial nesse atendimento.

3.9 Estratégias de preço

No processo de definição de preço, será necessário levar em consideração a empresa, os seus clientes, concorrentes, assim como o ambiente de *marketing*. Com o objetivo de criar um catálogo de clientes, a Nexum inicialmente definirá os preços considerando o tempo em que a empresa atua no mercado, realizando um levantamento e uma base de necessidades do contratante. Será a principal forma de precificação o serviço solicitado pelo cliente, considerando o tempo de aplicação e o tamanho da

empresa a ser estudada. É uma política mais simples. Dessa forma, é possível utilizar algumas estratégias de precificação, construindo valores mais elaborados e personalizados para os custos da organização.

4 PLANO OPERACIONAL

O plano operacional define os processos de produção, de venda e de execução dos serviços. Por isso neste plano é definido todo o planejamento de funcionamento do negócio, assim como a localização de sua “sede”, o *layout* adequado para a plataforma *online* e todo o processo operacional do negócio

4.1 Planejamento da capacidade da prestação de produto e serviço

Visando a termos a melhor gestão do tempo para produzir conteúdo, desempenhar outras atividades, continuar o aperfeiçoamento das técnicas e respeitar o tempo de execução de cada serviço, bem como atender à necessidade do cliente, serão realizadas de 2 a 3 consultorias por mês, considerando a média de 3 meses para a realização completa do projeto.

Figura 3 - Fluxograma do processo do serviço



(Fonte: Elaboração própria, 2026)

O fluxograma da empresa começa com o contato com o cliente, seja

receptivo ou ativo. Nesta etapa, serão trabalhados tanto a busca ativa de potenciais clientes quanto o atendimento à chegada desses clientes à empresa.

Consequentemente, a empresa considerará o tempo de execução, a necessidade do cliente e a disponibilidade para o atendimento. Em caso de resposta positiva, será realizado o fechamento do contrato entre a empresa e o cliente, o que confirmará o compromisso de ambas as partes.

4.2 Processos Operacionais

4.2.1 Vendas

Para o processo de realização de vendas, se inicia através do contato com o cliente, seja por meio das redes sociais ou presencialmente, com o intuito de qualificar o cliente. Na situação serão encaminhados e apresentados para ele alguns registros dos eventos anteriores, com intuito de marcar a reunião, dentro dessa reunião serão apresentados todos os serviços e negociado seu orçamento. Com o evento já realizado, será iniciado um processo de fidelização.

Figura 4 - Processo Operacional (Vendas)



(Fonte: Elaboração do autor, 2026)

4.2.2 Fidelização

O processo de fidelização ocorrerá após a conclusão do respectivo projeto, com a análise dos dados comparativos antes e depois da intervenção, bem como do feedback direto do cliente sobre os resultados. Em seguida, de forma sigilosa, serão publicados nas redes sociais os *cases* de sucesso para promover positivamente a atuação da empresa.

Figura 5 - Processo Operacional (Fidelização)



(Fonte: Elaboração do autor, 2026)

5 PLANO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO

O campo de gestão da informação é uma combinação de práticas para obter e utilizar a informação, bem como mantê-la segura, para que a empresa extraia valor dela e beneficie os seus *stakeholders*.

5.1 Estratégia geral de gestão da informação

Com o avanço tecnológico, a tecnologia da informação tornou-se um dos pilares para o gerenciamento e crescimento de uma empresa. A implementação de sistemas informáticos otimiza processos e, com a análise dos dados disponibilizados, contribui para a melhoria da gestão dos ativos corporativos. Uma empresa que tem uso contínuo dessa gestão é beneficiada em vários âmbitos, facilitando o gerenciamento e até a tomada de possíveis decisões pelo gestor.

Os dados coletados durante diagnósticos organizacionais, treinamentos e consultorias serão registrados em sistemas de gestão, planilhas eletrônicas e dashboards, possibilitando o acompanhamento dos indicadores de desempenho, dos cronogramas e dos resultados de cada intervenção.

Além disso, a empresa adotará soluções em nuvem para o compartilhamento seguro de documentos e o gerenciamento das atividades da equipe, assegurando maior eficiência operacional e facilitando o acesso às informações. O tratamento dos dados observará os princípios da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD – Lei nº 13.709/2018), garantindo a confidencialidade das informações dos clientes. Segundo Laudon e Laudon (2021), os sistemas de informação desempenham um papel estratégico ao apoiar a tomada de decisão, integrar processos organizacionais e aumentar a eficiência e a competitividade das empresas.

5.2 Rotinas de processamento de dados

A rotina de processamento de dados da Nexum Consultoria será realizada por meio da coleta de informações durante as visitas técnicas, entrevistas, aplicação de questionários, observação dos processos e análise de documentos fornecidos pelo cliente. Esses dados são organizados e armazenados em ambiente digital seguro, garantindo a integridade e a confidencialidade das informações.

Na sequência, os dados coletados passam por um processo de classificação,

organização e análise, utilizando planilhas eletrônicas, dashboards e indicadores de desempenho para identificar falhas, oportunidades de melhoria e prioridades de intervenção. A partir dessa análise, elaboram-se relatórios gerenciais e diagnósticos organizacionais que subsidiam a elaboração de planos de ação e de recomendações estratégicas a serem apresentadas ao cliente.

Após a implementação das ações propostas, novos dados são coletados periodicamente para acompanhar os resultados obtidos. Os indicadores são atualizados continuamente, permitindo comparar o desempenho antes e depois das intervenções. Essas informações são apresentadas ao cliente por meio de relatórios, painéis de controle (*dashboards*) e reuniões de acompanhamento, possibilitando a tomada de decisões baseada em evidências e promovendo a melhoria contínua dos processos.

Figura 6 - Rotina de processamentos de dados



5.3 Rotinas de armazenamento de dados

No mundo virtual de hoje em dia, os dados podem ser armazenados em vários

locais: *pen drives*, *notebooks* e *desktops*, em casa e/ou na nuvem. O armazenamento de dados não está mais limitado ao computador. Armazenar seus dados em um repositório de dados garantirá *backups* regulares, minimizará o risco de vazamentos e de violações de segurança e permitirá que colaboradores do mesmo projeto acessem os dados.

Para isso, na Nexum Consultoria, será elaborada uma nuvem para que os dados fiquem seguros e, manterá o armazenamento dos dados em nuvem em tempo real e auxiliará no gerenciamento das atividades empresariais.

6 PLANO DE GESTÃO DE PESSOAS

O plano de gestão de pessoas deve estar alinhado à missão, à visão e aos valores da organização, contribuindo para o alcance dos objetivos estratégicos de curto, médio e longo prazo. Além de definir cargos, responsabilidades e políticas de gestão, esse planejamento busca assegurar que a estrutura organizacional seja compatível com o porte da empresa e com as necessidades operacionais de cada fase do empreendimento. Considerando que a Nexum Consultoria constitui uma empresa em fase de implantação, sua estrutura de recursos humanos foi dimensionada de forma enxuta, priorizando a eficiência operacional e o controle dos custos iniciais.

6.1 Estratégia geral de gestão de pessoas

Na fase inicial de implantação, a Nexum Consultoria contará com uma equipe composta por dois colaboradores: a sócia-proprietária, responsável pela gestão estratégica, administrativa, financeira, comercial e pela execução das consultorias, e um estagiário, que prestará apoio às atividades administrativas, operacionais e de atendimento. Essa estrutura foi definida considerando o porte do empreendimento e a projeção inicial de demanda, estimada em três consultorias mensais.

À medida que a empresa ampliar sua carteira de clientes e seu volume de serviços, está prevista a contratação de novos profissionais, especialmente consultores especializados e assistentes administrativos, permitindo maior capacidade operacional e a continuidade da qualidade dos serviços prestados.

6.2 Cargos/Funções

O organograma apresentado a seguir demonstra a estrutura organizacional prevista para a fase inicial da Nexum Consultoria, evidenciando os recursos humanos envolvidos no empreendimento, bem como a distribuição das responsabilidades entre os cargos existentes. Inicialmente, a empresa será composta por dois colaboradores, distribuídos entre a função de sócia-proprietária e a função de estagiário, conforme descrito no quadro de atribuições.

Figura 7 - Organograma



(Fonte: Elaboração do autor, 2026)

Como se pode ver no organograma da Figura 7, a maioria das atividades foi distribuída à proprietária, terceirizando algumas atividades ao estagiário.

O Quadro 4 apresenta a descrição dos cargos e funções em mais detalhes.

Quadro 4 - Descrição dos cargos

Cargo/ Função	Atividades	Pessoa Responsável	Instrução	Habilidades
Gerente de Vendas e Marketing	- Planejar as estratégias de venda; - Promoção digital da empresa; - Gerenciar a imagem da marca; - Criar campanhas de marketing e oportunidades.	Emanuele Martins	-Ensino médio completo; -Conhecimento em marketing e vendas; -Diferencial em marketing digital.	-Boa comunicação; -Metodologias em vendas; -Conhecimento em marketing; -Habilidades em softwares de criação de conteúdo, redes sociais; -Domínio da língua portuguesa.
Gerente de Operações	- Mapear a necessidade do cliente e o serviço a ser oferecido.	Emanuele Martins	-Ensino superior completo.	-Boa comunicação; -Metodologias em vendas; -Habilidades em informática; -Conhecimento técnico;.
Auxiliar de Operações	-Atender clientes em todos os canais de comunicação: site e redes sociais; - Criação de relatórios; - Organização e arquivamento de documentos físicos e digitais.	Estagiário	-Ensino Superior em andamento na área relacionada;	- Organização; - Boa comunicação; - Conhecimento intermediário em administração e negócios.
Gerente Financeiro	-Gerenciar a contabilidade da empresa; -Negociação com os clientes; - Contas a pagar e receber.	Emanuele Martins	-Ensino Superior completo ou em andamento; -Conhecimento em finanças ou contabilidade.	-Capacidade em negociação; - Conhecimento técnico na área de finanças;

Motorista	-Deslocamento em caso de atendimento presencial.	Emanuele Martins	-Ensino médio completo.	-Boa coordenação e atenção aos detalhes. - Agilidade
------------------	--	------------------	-------------------------	---

(Fonte: Elaboração do Autor, 2026)

6.3 Salários e política de remuneração

Os profissionais serão contratados mediante efetivação, com salário fixo e benefícios. Em caso de contratos fechados mediante a prospecção ativa do colaborador, é oferecido 2% do valor do contrato.

6.4 Estratégias de recrutamento, seleção, orientação, treinamento

A empresa contratará seus empregados conforme demanda. Para tanto, serão realizadas entrevistas com interessados em prestar serviço à empresa e elaborado um banco de dados com o perfil dos entrevistados. Estes, serão convidados a trabalhar recebendo de acordo com a função

6.5 Estratégias de motivação, estilo de liderança, e incentivos

O colaborador será avaliado com base no desempenho obtido nas aplicações de consultorias em que teve a oportunidade de atuar, sendo esta avaliação registrada no banco de dados e usada como métrica de incentivo a recompensas. Em caso de contratos fechados por meio da prospecção do colaborador, será **oferecida** uma comissão de 2% sobre o valor do contrato.

7 PLANO FINANCEIRO

O planejamento financeiro corporativo faz parte do plano de negócios e define as diretrizes para monetizar a ideia de negócio.

Disto isto, nesta etapa estão explanados os investimentos necessários do empreendimento proposto. Aqui estão todos os custos de investimentos iniciais a serem empregados, a previsão de receita e despesas, o fluxo de caixa e o cálculo de viabilidade.

7.1 Investimentos Fixos

Na tabela 02 estão descritos os valores de cada tipo de investimento fixo necessário para o negócio proposto começar suas atividades.

Tabela 02 - Investimentos fixos

Itens	Descrição	Quantidade	Valor Unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
1	Notebook	1	R\$2.624,90	R\$2.624,90
2	Projektor	1	R\$3.600,00	R\$3.600,00
3	Mesa	2	R\$391,47	R\$782,94
4	Cadeira de escritório	2	R\$151,91	R\$303,82
5	Cadeira confortável	2	R\$190,00	R\$380,00
6	Gela água	1	R\$288,74	R\$288,74
7	Quadro decorativo	3	R\$116,19	R\$348,57
8	Cafeteira	1	R\$379,90	R\$379,00
TOTAL=				R\$8.707,97

(Fonte: Elaboração do autor, 2026)

7.2 Capital de Giro

O capital de giro será fundamental para manter a liquidez da empresa e garantir que a empresa proposta possa cumprir seus compromissos financeiros no curto prazo. Capital de giro é utilizado para cobrir as necessidades de caixa enquanto as vendas são realizadas e os recebimentos são feitos. Além disso, também serve como uma reserva para enfrentar situações emergenciais, como queda nas vendas ou aumento inesperado nos custos.

7.2.1 Estoque Inicial

Por se tratar de uma empresa de serviços baseada em conhecimento técnico, não é necessária a criação de um estoque inicial.

7.2.2 Caixa Mínimo

Refere-se ao saldo mínimo de dinheiro em caixa que a empresa deve manter para garantir sua operação contínua e lidar com despesas imprevistas, neste considera custos fixos e variáveis da empresa.

Tabela 03 - Custos fixos operacionais mensais

ITEM	CUSTO	DESCRIÇÃO	VALOR
1	Aluguel da sala comercial	Locação do escritório	R\$ 1.800,00
2	Pró-labore	Remuneração da sócia-administradora	R\$ 2.750,00
3	Bolsa do estagiário + benefícios	Remuneração mensal + vt	R\$ 1.150,00
4	Internet	Plano de internet do escritório	R\$ 150,00
5	Sistema de armazenamento em nuvem (Google Workspace)	Armazenamento e compartilhamento de documentos	R\$ 42,00
6	Licença de softwares	Canva Pro e ferramentas de IA	R\$ 71,00
7	Domínio e hospedagem do site	Manutenção da presença digital	R\$ 10,00
TOTAL:			R\$ 5.973,00

Essa tabela menciona as despesas necessárias à manutenção da estrutura operacional da empresa, independentemente do volume de serviços prestados. Esses custos incluem o aluguel da sala comercial, o pró-labore da sócia-administradora, a bolsa e o auxílio-transporte do estagiário, além de despesas com internet, telefonia, contabilidade, domínio e hospedagem do site e ferramentas de produtividade, como sistemas de armazenamento em nuvem. O controle desses gastos é essencial para garantir a estabilidade financeira da empresa, possibilitando o planejamento adequado do capital de giro e a continuidade das operações.

Tabela 04 - Custos variáveis mensais

ITEM	CUSTO	DESCRIÇÃO	VALOR
1	Energia elétrica	Consumo do escritório	R\$180,00
2	Abastecimento de água	Consumo do escritório	R\$80,00
3	Água mineral	Consumo interno	R\$40,00
4	Estacionamento/pedágios	Caso necessário	R\$80,00
5	Combustível	Visitas técnicas aos clientes	R\$400,00
6	Material de escritório	Papel, canetas, pastas, impressões	R\$100,00
7	Material de limpeza e copa	Produto de limpeza e descartáveis	R\$80,00
8	Marketing e publicidade	Impulsioneamento nas redes sociais e anúncios	R\$300,00
9	Deslocamento extraordinário	Viagens para atendimento fora do estado	R\$1200,00
10	Cursos e capacitações	Capacitação profissional	400,00
TOTAL:			R\$2.860,00

Os custos variáveis são aqueles que variam conforme o nível de atividade da empresa e a quantidade de projetos executados. Na Nexum Consultoria, enquadram-se nessa categoria despesas como energia elétrica, água, água mineral, combustível para deslocamentos às empresas clientes, materiais de escritório, materiais de limpeza, impressões e investimentos em marketing e publicidade. Embora variem conforme a demanda por serviços, esses custos são indispensáveis à execução de consultorias, visitas técnicas e demais atividades operacionais, devendo ser monitorados continuamente para assegurar maior eficiência na gestão financeira da organização.

1º passo: Contas a receber – cálculo do prazo médio de recebimento das vendas

Considerando o tempo médio de 3 meses para cada consultoria, os recebimentos serão da seguinte forma: 50% na assinatura do contrato, 25% no segundo mês e os 25% restantes no terceiro mês. Com base nesses dados, é possível calcular o prazo médio total

de recebimento das vendas, de aproximadamente 22 dias. Esse número indica que, em média, a empresa recebe novamente o pagamento das vendas em menos de um mês após a venda ter sido realizada.

Tabela 05 - Prazo médio de recebimento das vendas

Prazo	%	Nº de dias	Média de dias
À Vista	50	0	0
A Prazo ¹	25	30	7,5
A Prazo ²	25	60	15
Prazo médio total			22,5

(Fonte: Elaboração do autor, 2026)

2º passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

No segundo passo, calcula-se a necessidade líquida de capital de giro em dias, considerando o período médio entre o pagamento das despesas operacionais e o recebimento dos serviços prestados. Por se tratar de uma empresa de consultoria, sua necessidade de capital de giro está relacionada à manutenção das atividades operacionais, como o pagamento de salários, encargos, aluguel, energia elétrica, internet, combustível, materiais administrativos e demais despesas fixas e variáveis, até o recebimento dos contratos firmados com os clientes.

Tabela 06 - Necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a receber - prazo médio de vendas	30
2. Estoques - necessidade média de estoques	30
Subtotal 1 (item 1 + item 2)	60
Recursos de terceiros no caixa da empresa	Número de dias
3. Custos operacionais - prazo médio das obrigações	60
Subtotal 2 (item 3)	1
Necessidade líquida de capital de giro (Subtotal 1 – Subtotal 2)	30

(Fonte: Elaboração do autor, 2026)

Podemos considerar que a Nexum Consultoria tem uma necessidade líquida de capital de giro de 30 dias e, com base nisso, é recomendável que ela mantenha em caixa um valor mínimo de R\$ 8.833,00 para garantir sua operação sem maiores problemas. Esse valor foi calculado multiplicando-se o custo total diário da empresa (R\$ 281,10) pelo número de dias de necessidade líquida de capital de giro (30).

Tabela 07 - Caixa mínimo

Item	Descrição	Valor
1	Custo Fixo Mensal (Tabela 03 - despesas operacionais)	R\$ 5973,00
2	Custo Variável Mensal (Tabela 04 - custo unitário dos produtos)	R\$2.890,00
3	Custo Total da Empresa (Item 1 + Item 2)	R\$ 8.833,00
4	Custo Total diário (valor do Item 3 dividido por 30 dias)	R\$ 294,43
5	Necessidade Líquida de Capital de Giro (dias)	30
6	Caixa Mínimo (Item 4 * Item 5)	R\$ 8.833,00

(Fonte: Elaboração do autor, 2026)

Como o negócio não requer estoque físico, o capital de giro será igual ao valor do caixa mínimo.

Tabela 08 - Capital de Giro

A – Caixa mínimo	R\$ 8.833,00
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A)	R\$ 8.833,00

(Fonte: Elaboração do autor, 2026)

7.3 Investimento Total

O investimento total inclui todos os gastos e despesas relacionados ao desenvolvimento da empresa, desde a aquisição de ativos e equipamentos até as despesas iniciais.

Tabela 09 - Investimento Total

Descrição	Valor	%
Investimentos Fixos	R\$17.540,97	40,39%
Capital de Giro (3 meses)	R\$26.499,00	59,61%
Investimentos Pré-operacionais	R\$ 0,00	0%
Total	R\$44.039,97	100%

(Fonte: Elaboração do autor, 2026)

O investimento total da empresa Nexum Consultoria foi calculado em R\$44.039,97. Esse valor foi dividido em três categorias: investimentos fixos, capital de giro e investimentos pré-operacionais. Os investimentos fixos, que incluem gastos com instalações e móveis, totalizaram 40,39% do investimento necessário para a empresa.

O capital de giro é o valor necessário para manter as atividades da empresa e representa 59,61% do valor investido na empresa. Por fim, não foram previstos investimentos pré-operacionais, ou seja, gastos necessários antes do início efetivo das atividades da empresa.

7.4 Estimativa do Faturamento Mensal

A estimativa de faturamento mensal é uma projeção aproximada da receita que a empresa Nexum Consultoria espera gerar em um determinado mês.

Tabela 10 - Estimativa do Faturamento

Itens	Descrição	Quantidade de Contratos	Valor Unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
1	Consultoria e diagnóstico	2	R\$8.350,00	R\$16.700,00
2	Treinamento em comunicação	1	R\$3.200,00	R\$3.200,00
				R\$ 19.900,00

(Fonte: Elaboração do autor, 2026)

Com base na tabela xx apresenta a estimativa de faturamento mensal da Nexum consultoria é de R\$19.900,00. É importante lembrar que essa é uma estimativa e que o faturamento real pode variar de acordo com vários fatores, como a concorrência, as estratégias de *marketing*, entre outros.

7.5 Custo de Comercialização

Os custos de comercialização da Nexum Consultoria são compostos, principalmente, pelos tributos incidentes sobre o faturamento da empresa, recolhidos por meio do regime tributário do Simples Nacional. Considerando uma previsão de faturamento mensal de R\$19.900,00, estima-se uma incidência tributária de aproximadamente 6%, resultando em um custo mensal de R\$1.194,00.

Tabela 11 - Custos de Comercialização

Custos de Comercialização			
Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo total
Incidência tributária	6	R\$ 19.900,00	R\$1.194,00
Total			R\$1.194,00

(Fonte: Elaboração do autor, 2026)

7.6 Custo com Depreciação

Os valores de custo com depreciação apresentados indicam que a empresa Nexum Consultoria investe em ativos de longa duração para o seu funcionamento.

Tabela 12 - Custos com depreciação

Descrição	Vida útil	Val. total (R\$)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Notebook	5 anos	R\$2.624,90	R\$529,98	R\$43,74
Projetor	5 anos	R\$3.600,00	R\$720,00	R\$60,00
Mesa	10 anos	R\$391,00	R\$39,10	R\$3,25
Cadeira de escritório	10 anos	R\$151,91	R\$15,19	R\$1,26
Cadeira confortável	10 anos	R\$190,00	R\$19,00	R\$1,58
Bebedouro	10 anos	R\$288,74	R\$28,87	R\$2,40
Cafeteira	10 anos	R\$379,90	R\$37,99	R\$3,16
Total		R\$7.626,45	R\$1.390,13	R\$115,39

(Fonte: Elaboração do autor, 2026)

Foram levantados os valores de vida útil, valor total, depreciação anual e depreciação mensal de cada item. O item com maior custo de depreciação é o projetor, com valor total de R\$ 3.600,00 e depreciação anual de R\$ 720,00. e depreciação anual de apenas R\$ 60,00.

7.7 Demonstrativos de Resultados

A DRE apresenta um resultado operacional anual de R\$ 64.236,00 indicando que a empresa obteve lucro nas suas operações. Considerando a estimativa de três atendimentos mensais pela Nexum Consultoria, os valores dos “Custos Variáveis” são multiplicados por três. Também é importante observar que o lucro líquido é satisfatório, mas devemos realizar uma análise mais ampla e estratégica.

Tabela 13 - DRE

Descrição	Valores Mensais (R\$)	Valores Anuais (R\$)
RECEITA TOTAL (=)	R\$ 19.900,00	R\$238.800,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)	R\$8.580,00	R\$102.960,00
Custo da prestação do serviço	R\$8.580,00	R\$102.960,00
Custo com comercialização (Quadro X)	R\$1.194,00	R\$14.328,00
RESULTADO OPERACIONAL (=)	R\$10.126,00	R\$121.512,00
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)	R\$5.973,00	R\$71.676,00
LUCRO LÍQUIDO (=)	R\$4.153,00	R\$49.836,00

(Fonte: Elaboração do autor, 2026)

8 INDICADORES DE VIABILIDADE

8.1 Ponto de Equilíbrio

O Ponto de Equilíbrio (PE) mostra o quanto a empresa precisa vender para cobrir todos os seus custos e despesas e atingir o ponto de equilíbrio, ou seja, o momento em que o faturamento da empresa é igual a todos os seus custos e despesas.

$$PE = \frac{\text{Custo Fixo}}{\text{R\$10.126,00 IMC}} = \frac{\text{R\$5.973,00}}{0,5088} = \text{R\$ 11.738,99}$$

Considerando um faturamento mensal projetado de R\$19.900,00, custos variáveis mensais de R\$2.860,00 e custos fixos de R\$ 5.973,00, a Nexum Consultoria apresentou um ponto de equilíbrio de R\$ 11.738,99 mensais. Em termos operacionais, considerando um faturamento médio de R\$6.633,33 por consultoria, verifica-se que a empresa necessita comercializar aproximadamente duas consultorias por mês para cobrir integralmente seus custos operacionais. A partir desse volume de vendas, as receitas passam a contribuir para a geração de lucro, o que demonstra a viabilidade financeira do empreendimento.

8.2 Lucratividade

A lucratividade é um indicador que avalia a capacidade da empresa de gerar lucro em relação à sua receita total.

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} = \frac{\text{R\$4.153,00}}{\text{R\$19.900,00}} * 100 = 20,87 \%$$

No caso da empresa Nexum Consultoria, a lucratividade é de 20,87%, o que significa que para cada R\$100,00 de receita, a empresa tem um lucro líquido de R\$ 20,87. Esse valor indica que a empresa está conseguindo gerar lucro.

8.3 Rentabilidade

A rentabilidade é um indicador utilizado para avaliar a eficiência do investimento realizado, ou seja, se o investimento foi rentável e se está de acordo com as expectativas da empresa.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} = \frac{\text{R\$4.153,00}}{\text{R\$44.039,97}} * 100 = 9,43\%$$

A rentabilidade da empresa é de 9,43%, o que significa que para cada R\$100,00 investido, a empresa obteve um retorno de R\$ 9,43.

8.4 Prazo de Retorno do Investimento

O Prazo de Retorno do Investimento (PRI) é uma métrica que indica em quanto tempo o investimento realizado será recuperado.

$$\text{PRI} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}} = \frac{\text{R\$44.039,97}}{\text{R\$4.153,00}} = 0,88 \text{ anos}$$

No caso da empresa Nexum Consultoria, o PRI é em aproximadamente 10 meses, o que significa que o investimento de R\$ 44.039,97 será recuperado em aproximadamente menos de 12 meses.

9 CENÁRIOS/ANÁLISE DE RISCO

Para garantir o bom desempenho do negócio proposto, é necessária a construção de cenários, nos quais sejam feitas previsões sobre o desempenho futuro da empresa. Por isso criou-se um cenário pessimista, onde o negócio tem um decrescimento anual de uma consultoria mensal e um cenário otimista onde o empreendimento atende 3 consultorias mensais e dois treinamentos. Com a elaboração dos cenários, a empresa poderá definir estratégias preventivas e corretivas em relação à situação da empresa.

1.1 Cenário Otimista

Para o cenário otimista será considerado um aumento de mais dois serviços prestados, uma consultoria e um treinamento. Diante deste aumento será calculado novamente o lucro líquido da empresa.

Tabela 14 - Estimativa no cenário otimista

Itens	Descrição	Consultorias/mês	Novo Faturamento Mês	Novo Faturamento Ano
1	Cenário realista	3	R\$ 19.900,00	R\$ 238.800
2	Cenário otimista	5	R\$ 31.450,00	R\$ 377.400

(Fonte: Elaboração do autor, 2026)

Para o cenário otimista, a Nexum Consultoria prevê a implementação de estratégias voltadas à ampliação da captação de clientes e ao fortalecimento de sua presença no mercado. Entre as ações planejadas destacam-se a intensificação de campanhas em mídias digitais, a prospecção ativa de potenciais clientes por meio de contato direto com leads, utilizando propostas comerciais persuasivas para estimular a adesão aos serviços oferecidos, bem como o fortalecimento da estratégia de marketing de indicação, mediante o aproveitamento das recomendações realizadas por clientes já atendidos.

1.2 Cenário Pessimista

Para o cenário pessimista será considerado uma diminuição de uma consultoria mensal.

Diante desta diminuição será calculado novamente o lucro líquido da empresa.

Tabela 15 - Estimativa no cenário pessimista

Itens	Descrição	Consultorias/mês	Novo Faturamento Mês	Novo Faturamento Ano
1	Cenário realista	3	R\$ 19.900,00	R\$ 238.800,00
2	Cenário pessimista	2	R\$ 11.550,00	R\$ 138.600,00

(Fonte: Elaboração do autor, 2026)

Para o cenário pessimista, a Nexum Consultoria adotará estratégias voltadas à redução dos impactos decorrentes da diminuição da demanda pelos serviços. As ações previstas incluem a intensificação da prospecção ativa de clientes, a ampliação do relacionamento com parceiros estratégicos para geração de indicações, a revisão das estratégias de marketing digital com foco em campanhas de maior custo-benefício e a flexibilização das condições comerciais, quando viável, por meio de negociações de prazos ou formas de pagamento. Adicionalmente, a empresa realizará o monitoramento contínuo dos custos operacionais, buscando otimizar despesas sem comprometer a qualidade dos serviços prestados, a fim de preservar o equilíbrio financeiro e garantir a continuidade das operações.

10 CONCLUSÃO

As micro e pequenas empresas desempenham um papel fundamental no desenvolvimento econômico brasileiro, contribuindo para a geração de empregos, o fortalecimento da economia local e o estímulo ao empreendedorismo. Entretanto, a competitividade do mercado e as constantes mudanças no ambiente empresarial tornam indispensável a adoção de ferramentas de gestão que auxiliem na tomada de decisões e na redução dos riscos inerentes à abertura de um novo empreendimento.

Nesse contexto, a elaboração deste plano de negócios permitiu avaliar a viabilidade da Nexum Consultoria, empresa especializada em consultoria em gestão da qualidade e operações para empresas de assistência funerária. O estudo possibilitou a definição da identidade organizacional, por meio da missão, visão e valores, bem como o desenvolvimento dos planos de marketing, operacional, organizacional e financeiro, além da análise dos cenários projetados para o empreendimento. Essas etapas proporcionaram uma visão ampla das oportunidades e desafios do mercado, permitindo a elaboração de estratégias voltadas ao crescimento sustentável da empresa.

Além disso, a análise mercadológica evidenciou a existência de demanda por serviços especializados que promovam a melhoria dos processos internos, da comunicação organizacional, da qualidade do atendimento e da eficiência operacional das empresas do setor funerário. Nesse sentido, a proposta da Nexum Consultoria diferencia-se pela oferta de soluções personalizadas, fundamentadas em princípios de gestão da qualidade e melhoria contínua, buscando contribuir para o aumento da competitividade e do desempenho organizacional de seus clientes.

Os estudos financeiros demonstraram que o empreendimento apresenta viabilidade econômica, evidenciada pelos indicadores analisados e pelas projeções de faturamento, custos, lucratividade e retorno do investimento. Embora todo novo negócio esteja sujeito a riscos e oscilações de mercado, a elaboração de cenários otimista, realista e pessimista possibilitou a definição de estratégias capazes de minimizar os impactos de possíveis adversidades e orientar a tomada de decisão em diferentes contextos.

Dessa forma, conclui-se que a implantação da Nexum Consultoria mostra-se viável sob os aspectos mercadológico, operacional e financeiro. Mais do que comprovar a viabilidade do empreendimento, este plano de negócios constitui um instrumento

estratégico de gestão, oferecendo diretrizes para o desenvolvimento da empresa, apoiando o processo decisório e contribuindo para a consolidação de um negócio competitivo, sustentável e preparado para atender às demandas do mercado de assistência funerária na cidade de João Pessoa e região.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARNEY, Jay B.; HESTERLY, William S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. 5. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2017.

BRUN, Handerson Molin *et al.* **Fatores mais valorizados pelos consumidores no momento de escolha de uma empresa prestadora de serviços funerários sob a ótica dos 7P's do marketing**. *Revista Administração em Diálogo*, São Paulo, v. 24, n. 3, p. 48-63, 2022. DOI: 10.23925/2178-0080.2022v24i3.54998.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. **Sistemas de informação gerenciais**. 17. ed. São Paulo: Pearson, 2021.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). *Como elaborar um plano de negócios*. Brasília: Sebrae, 2023.

REFERÊNCIAS DE BLOGS E SITES

BRASIL. **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.** Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 15 dez. 2006. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).** Diário Oficial da União: Brasília, DF, 15 ago. 2018.

CITISERVI. **Funerárias na Paraíba.** Disponível em: <https://www.citiservi.com.br/ficar/funerarias-em-paraiba>. Acesso em: 27 jun. 2026.

OBSERVATÓRIO SEBRAE. **Serviços de funerárias: emprego e empresas.** Brasília: Sebrae, 2026. Disponível em: <https://observatorio.sebrae.com.br/profile/industry/servicos-de-funerarias>. Acesso em: 27 jun. 2026.

SEBRAE. **Conheça as diferenças entre MEI, ME e EPP.** Brasília: Sebrae, 2024.

APÊNDICE I - ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Cartão de visitas - frente e verso



Papel Timbrado





Emanuele Martins
CONSULTORA

-  (83) 99876-4321
-  contato@nexumconsultoria.com.br
-  www.nexumconsultoria.com.br
-  João Pessoa - PB



Conectamos estratégia e gestão para
transformar **pessoas, processos e resultados.**





Logo Responsiva para *Instagram* e *WhatsApp*



NEXUM

— CONSULTORIA —

CONEXÃO • ESTRATÉGIA



NEXUM

— CONSULTORIA —

CONEXÃO • ESTRATÉGIA



NEXUM

— CONSULTORIA —

CONEXÃO • ESTRATÉGIA